

Tiara Ayu Krisnawati, 2016. **Analisis Pengaruh Kebutuhan Pelanggan Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Perawatan Kulit Menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM)**. Skripsi di bawah bimbingan Dr. Ardi Kurniawan, M.Si dan Drs. H Sediono, M.Si, Program Studi S-1 Statistika, Departemen Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Airlangga

ABSTRAK

Persaingan industri serta adanya (Masyarakat ekonomi ASEAN) MEA kini mendorong dilakukannya penjualan produk ke luar negeri dalam rangka menyelamatkan perekonomian Indonesia. Salah satu langkah awal yang dapat dilakukan PT.Vitapharm adalah melakukan riset pemasaran untuk produk perawatan kulit lokal Viva Cosmetics di Bangkok, Thailand. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kebutuhan, kemudahan, dan kepopuleran mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode SEM (Model Persamaan Struktural). Variabel eksogen yang digunakan adalah kebutuhan, kemudahan, dan kepopuleran, sedangkan variabel endogennya adalah keputusan. Penelitian diawali dengan pengambilan data primer berupa kuisioner yang disebarakan pada responden. Jumlah sampel sesuai dengan kesepakatan dengan PT.Vitapharm dan didapat 130 responden wanita berusia 18 – 30 tahun warga bukan Indonesia. Responden didapat menggunakan teknik sampling kebetulan.

Pada tahap pertama dilakukan penggambaran hubungan antara variabel indikator dengan variabel laten maupun hubungan antar variabel laten. Tahap selanjutnya dilakukan uji model pengukuran antara indikator dengan laten. Tahap ketiga yaitu uji model struktural antara variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Berdasarkan hasil analisis SEM, diperoleh hasil bahwa variabel kebutuhan konsumen dan kemudahan dalam mendapatkan produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk perawatan kulit.

Kata Kunci: *Produk Perawatan Kulit, Kebutuhan Konsumen, Kemudahan, Kepopuleran Produk, SEM*